

SKRIPSI

**PENGARUH *GAYA HIDUP*, *PERSEPSI NILAI* DAN *ULASAN*
PELANGGAN TERHADAP *LOYALITAS PELANGGAN*
MELALUI APLIKASI SHOPEEFOOD PADA MAHASISWA
MANAJEMEN UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
ANGKATAN 2022**



Diajukan Oleh:

ANAS TASYA HASTIN HARDINI
NPM ; 22420111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI NILAI, DAN ULASAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOOPEFOOD
PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA ANGKATAN 2022**

Diajukan Oleh:

ANAS TASYA HASTIN HARDINI

NPM: 22420111

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Tanggal, 30 Juni '24

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Tanggal, 30 Juni '26

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

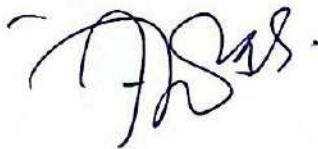
PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI NILAI, DAN ULASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
APLIKASI SHOOPFOOD PADA MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA ANGKATAN 2022

Diajukan oleh:

ANAS TASYA HASTIN HARDINI
NPM:22420111

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Anggota Dewan Penguji



Wiwik Herawati, SE,MM.



Dr. Adrianto Trimarjono, SE,MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana

Tanggal, 22 Juli '26



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, Juni 2026
Yang membuat pernyataan



Anas Fasya Hastin Hardini
22420111

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Nilai, dan Ulasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan aplikasi Shoope Food pada mahasiswa Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2022 “ Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, serta kerjasama dari berbagai pihak yang dengan tulus dan rela mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis sampai skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terimah kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Raden Roro Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, M.M., CRA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, M.M., M.Ak., selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti kepada penulis.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner serta memberikan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

ABSTRAK

Abstrak—Perkembangan layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya di kalangan mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, persepsi nilai, dan ulasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan melalui aplikasi ShopeeFood pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan persepsi nilai dan ulasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa Loyalitas pelanggan konsumen pada layanan pesan antar makanan lebih dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat yang diperoleh serta informasi yang tersedia melalui ulasan pelanggan dibandingkan dengan gaya hidup konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian perilaku konsumen digital, khususnya pada penggunaan layanan food delivery di kalangan mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan nilai yang dirasakan konsumen serta pengelolaan ulasan pelanggan guna meningkatkan Loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Persepsi Nilai, Ulasan Pelanggan, Loyalitas pelanggan, Shopee Food*

ABSTRACT

Abstract—The rapid development of application-based food delivery services has transformed consumer behavior in fulfilling daily needs, particularly among university students who exhibit a high level of adaptation to digital technology. This study aims to examine the influence of lifestyle, perceived value, and customer reviews on purchasing decisions through the ShopeeFood application among students of the Management Study Program, Wijaya Kusuma University Surabaya, Class of 2022. This study employed a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through questionnaires distributed to respondents selected using purposive sampling and were analyzed using multiple linear regression.

The results indicate that lifestyle has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, whereas perceived value and customer reviews have positive and significant effects on purchasing decisions. These findings suggest that consumers' purchasing decisions in food delivery services are influenced more by their perceptions of the value they receive and the information available through customer reviews than by their lifestyle. This study provides an empirical contribution to the literature on digital consumer behavior, particularly in the context of food delivery service usage among university students. Furthermore, the findings may serve as a reference for companies in formulating marketing strategies that emphasize enhancing customers' perceived value and effectively managing customer reviews to encourage purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Perceived Value, Customer Review, Purchasing Decision, Shopee Food*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Skripsi.....	9

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 Gaya Hidup	20
2.1.4 Persepsi Nilai	24
2.1.5 Ulasan Pelanggan.....	26
2.1.6 Loyalitas pelanggan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.2.1 Hubungan Antar Variabel Penelitian	34
2.3 Hipotesis dan Model Analisa	38
2.3.1 Hipotesis	38
2.3.2 Model Analisis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3 Identifikasi Variabel	43
3.3.1 Variabel Independen (bebas).....	43
3.3.2 Variabel Dependen (terikat).....	43
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4.1 Gaya Hidup (Variabel X1)	44
3.4.2 Persepsi Nilai (X2).....	44
3.4.3 Ulasan Pelanggan (X3).....	45
3.4.4 Loyalitas pelanggan (Y).....	45
3.5 Jenis dan Sumber Data	46
3.5.1 Jenis Data.....	46
3.5.2 Sumber Data	46
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.6.1 Studi Lapangan	47
3.6.2 Kuesioner.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Statistik Deskriptif	49
3.7.2 Uji Instrumen	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	52
3.7.5 Uji Hipotesis	53
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Karakteristik Responden	56
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.3.1 Gaya Hidup	60
4.3.2 Persepsi Nilai	61
4.3.3 Ulasan Pelanggan.....	62

4.3.4 Loyalitas pelanggan.....	63
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	64
4.4.1 Hasil Uji Validitas	64
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	67
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
4.7 Hasil Uji Hipotesis	75
4.7.1 Hasil Uji T (Parsial)	75
4.7.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2022.....	81
4.8.2 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2022.....	83
4.8.3 Pengaruh Ulasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2022	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN 1	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	48
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Distribusi Responden Frekuensi Pembelian Pada Aplikasi Shoope Food Dalam 1 Minggu	58
Tabel 4.4 Rentang Skala Jawaban Responden	59
Tabel 4.5 Jawaban Reponden Mengenai Gaya Hidup	60
Tabel 4.6 Jawaban Reponden Mengenai Persepi Nilai.....	61
Tabel 4.7 Jawaban Reponden Mengenai Persepi Nilai.....	62
Tabel 4.8 Jawaban Reponden Mengenai Loyalitas pelanggan.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.10 Variabel Persepsi Nilai.....	65
Tabel 4.11 Variabel Ulasan Pelanggan.....	65
Tabel 4.12 Variabel Loyalitas pelanggan	65
Tabel 4.13 Variabel Gaya Hidup.....	67
Tabel 4.14 Variabel Persepsi Nilai.....	67
Tabel 4.15 Variabel Ulasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.16 Variabel Loyalitas pelanggan	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial)	76
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Layanan Antar Makanan Pada Tahun 2025-2026	3
Gambar 2.1 Model Analisis	39
Gambar 4.1 Kurva Penerimaan/Penolakan Gaya Hidup terhadap Loyalitas pelanggan	77
Gambar 4.2 Kurva Penerimaan/Penolakan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas pelanggan	78
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan/Penolakan Ulasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Data Variabel	102
Lampiran 2.1 Data Variabel Persepsi Nilai	104
Lampiran 2.2 Data Variabel Persepsi Nilai	104
Lampiran 2.3 Data Variabel Ulasan Pelanggan	107
Lampiran 2.4 Data Variabel Loyalitas pelanggan.....	110
Lampiran 3 Data Statistik Deskriptif Responden	102
Lampiran 3.1 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	114
Lampiran 3.2 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	114
Lampiran.3.3 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pada Aplikasi Shoope Food Dalam 1 Minggu.....	114
Lampiran 4 Hasil Uji	102
Lampiran 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	116
Lampiran 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Nilai.....	116
Lampiran 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Ulasan Pelanggan	117
Lampiran 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas pelanggan.....	118
Lampiran 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup	118
Lampiran 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Nilai	118
Lampiran 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ulasan Pelanggan.....	119
Lampiran 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas pelanggan	119
Lampiran 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	119
Lampiran 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	119
Lampiran 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	120
Lampiran 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	120